

Sollte die Solidarität der Interessen über vermeintlicher Gefährlichkeit nicht vergessen! Darum lasse man endlich den Kampf mit Schlagworten beiseite und rede bei wirtschaftlichen Fragen nur in Zahlengrößen, allerdings unter Berücksichtigung der elementaren Tatsache, daß jedem Aktivposten ein passiver gegenübersteht. Würden die Verfechter der Kulturabgabe diesen Weg beschreiten, so würden sie bald der Einsicht Raum geben müssen, daß ihre Pläne und Begründungen ein »Gegen-die-Wand-rennen« sind.

Es sei den Autoren ferner geraten, sich über die Verteuerung anderer Waren durch den Handel zu informieren. Man kommt bei einer solchen Untersuchung nämlich zu dem Ergebnis, daß die Spesen des Sortiments nicht höher sind als die anderer Branchen. Es wurde — im Frieden — im Detailhandel vielfach mit einem Zuschlage von 30—40% zu den Großhandelspreisen gerechnet; selbst Warenhäuser, deren Geschäftsführung doch ausschließlich nach kaufmännischen, streng rechnerischen und sparsamen Prinzipien vor sich geht, mußten für Unkosten und Reingewinn 30—32% auf die Einkaufspreise zuschlagen. (Auch hier handelt es sich um Angaben aus Friedensjahren, nach Dr. J. Hirsch, Das Warenhaus in Westdeutschland, Leipzig 1910, S. 76 ff. Relativ veränderte Umsatzzahlen könnten heute natürlich etwas andere Berechnungen verlangen.) Es ist z. B. interessant, die in Handelszeitungen notierten Großhandels(Weltmarkt)preise mit den aus eigener Erfahrung bekannten Kleinhandelspreisen mancher Artikel zu vergleichen. Die Spanne zwischen beiden Notierungen ist infolge der notwendigen mehrfachen Zwischenglieder (Importeur — Großhändler — Provinzialgroßist — Detailhändler) oft auffallend groß. Ebenfalls sind die jetzt allmählich bekannt werdenden Zuschläge sehr lehrreich, die von Stadt- und anderen Verwaltungen für die Kriegsbewirtschaftung mancher Waren erhoben wurden. Sie gehen zum Teil weit über normale Detaillistenpesen und -gewinne hinaus.

Jedenfalls dürfte auch aus derartigen Vergleichen, wobei man das höhere Bildungs- und Lebensniveau der Sortimentler gegenüber manchen anderen Detailkaufleuten und weitere Unterschiede entsprechend zu berücksichtigen hätte, zur Genüge hervorgehen, daß die Sortimentlergewinne und -pesen keine übermäßigen sind.

### Einigung!

Eine Frage von grundlegender Bedeutung für das Wohl und Wehe des Buchhandels beschäftigt in letzter Zeit die Gemüter lebhaft: die Rabattfrage mit dem Ziel der Wiedereinsetzung des festen Ladenpreises.

Azubiell ist über diese Dinge schon geschrieben und gesprochen worden, doch sie sind wichtig genug, von allen Seiten gründlich beleuchtet zu werden. In diesem Sinne begrüße ich die Ausführungen Wils. Hermanns »Wo ein Wille, da ein Weg« (Wbl. Nr. 58). Ganz richtig führt er da aus, daß das deutsche Geistesleben in Gefahr stehe, proletarisiert zu werden. Soweit nun hier der Verlag als Produzent in Frage kommt, befindet er sich vielfach in einer üblen Lage. Die Kapitalanspannung ist ungeheuer groß. Die Herausgabe neuer Werke verschlingt Unsummen, und noch sind die Verhältnisse im Papier- und Druckgewerbe nicht derart stabil, daß, wenn die Auflage eines Buches ausverkauft ist, der Verleger nun auch soviel Geld in der Hand hat, um die inzwischen gestiegenen Herstellungskosten der neuen Auflage davon bezahlen zu können. Er ist darauf angewiesen, möglichst nur »gangbare«, schnell verkäufliche Werke (die nicht immer unbedingt die besten sind) herauszubringen, damit bei den höchst unsicheren politischen und wirtschaftlichen Verhältnissen nicht allzu große Kapitalien auf lange Zeit hinaus festgelegt sind. Die Zeiten, da auch der nicht sehr kapitalkräftige Verleger sich freute, einmal »der Ehre halber« ein Werk verlegen zu können, sind vorbei. Er ist heute in den weitaus meisten Fällen dazu nicht mehr in der Lage. — Unzweifelhaft ist nun, daß trotz dieses unerfreulichen Zustandes noch allzu viele Bücher erscheinen. Es ist wie ein Laumel über viele Bücherproduzenten gekommen! Es ist, als ob das im Kriege Versäumte wieder eingeholt werden müsse. Und — wie oben gesagt — wird nun bei dieser Produktion das schnell Geld bringende Buch in den

Vordergrund gedrängt. Nur der zweite Teil des Satzes: »Bedürfnisse erkennen und Bedürfnisse schaffen ist die Grundlage aller Geschäfte« gilt für viele Büchererzeuger. Hierin liegt ein großer Teil der Schuld an den unbefriedigenden Verhältnissen im Buchhandel. Hieran liegt es auch, daß wirtschaftliche Krisen sich im Buchhandel aufs schärfste widerspiegeln und künftighin noch schärfer widerspiegeln werden, wenn kein Wandel eintritt.

Keinesfalls kann nun ernstlich die Frage aufgeworfen werden, ob das Sortiment notwendig sei für den Verlag. Beide sind meiner Ansicht nach auf Gedeihen und Verderben miteinander verbunden. Ich betrachte sie als eine Interessentengruppe, die in der Erzeugung und Verbreitung von Büchern usw. ihre gemeinsamen Aufgaben hat. Sortimentler und Verleger müßten aber mehr als bisher einander verstehen lernen; der eine sollte sich in die Lage des andern hineinzuversetzen versuchen; gemeinsam sollten sie das Wohl und Wehe des Standes beraten, nicht als Feinde, sondern als Freunde, die einem Gemeinsamen dienen wollen. Nicht die Politik der Macht soll herrschen, denn allzu tief hat uns der Wille zur Macht hinabgeschleudert. In dieser Richtung hin fehlt auf beiden Seiten oftmals das richtige Verständnis und vor allem wohl der gute Wille. Denn nicht anders möchte ich es bezeichnen, wenn — ohne das Endergebnis schwebender Verhandlungen abzuwarten — eine Gruppe von Verlegern mit einer Gruppe von Sortimentern Sonderabmachungen treffen will, ohne Rücksicht auf die übrige größere Menge der Verleger und Sortimentler. Nichts wird damit erreicht als neue Verbitterung. Die Einhaltung eines zuschlagfreien Ladenpreises allerorten ist damit durchaus nicht gewährleistet. Auch die bei dem Sonderabkommen nicht berücksichtigten Sortimentler werden die Bücher, die von ihren Kunden verlangt werden, zu bekommen wissen und einen entsprechenden Zuschlag erheben, wenn der erlangte Rabatt keine Verdienstmöglichkeit zuläßt. — Die Frage, wieviel das Sortiment im gegebenen Augenblick dem einzelnen Verleger nützen kann, wird oftmals in ihrer Bedeutung gar nicht richtig gewürdigt, sonst wäre es nicht möglich, daß von der Überflüssigkeit des Sortiments überhaupt gesprochen werden könnte. Darin kann ich dem Kollegen Hermann allerdings nicht zustimmen, daß die direkte Lieferung seitens des Verlegers an Privatkunden unkaufmännisch und mit kaufmännischem Anstand nicht vereinbar sei. Es gibt gar zu viele Fälle, bei denen heute der Verleger eine direkte Lieferung nicht umgehen kann.

Viele Sortimentler sind geblendet vom Erfolge der letzten Jahre; der möglichst hohe Rabatt ist Leitgedanke für alle ihre Tätigkeit; ähnliche Anschauungen finden sich auch in den Kreisen des Verlags, niemals können sie aber zur Beurteilung der ganzen Berufsgruppe führen. Es ist meiner Meinung nach nicht zu vertreten, daß die größere Zahl der Sortimentler, weil sie keine Gelegenheit hat, sich für die Erscheinungen einer bestimmten Verlegergruppe derart einzusetzen, wie es dieser selbst wünschenswert erscheint, einen nur unzulänglichen Rabatt erhält und auf die Innehaltung des Verleger-Ladenpreises verpflichtet sein soll. Auch der Begriff des Buches als Markenartikel scheint mir hier nicht zutreffend zu sein. Wer heute in zehn verschiedene Kleinhandlungen geht, um eine Flasche Odol oder eine Flasche Dralles Birkenwasser zu kaufen, wird vier bis fünf voneinander abweichende Preise erfahren. Nun ist dies für das Buch keineswegs ein erwünschter Zustand. Es beweist nur, daß der von der gekennzeichneten Verlegergruppe eingeschlagene Weg nicht geeignet zu sein scheint, zum festen Ladenpreis zu führen und — worauf es mir in erster Linie ankommt — das verlorengegangene Vertrauen des Publikums wiederzugewinnen. Das sollte das organisierte Sortiment einsehen und Abmachungen, die nicht der Gesamtheit zugute kommen, rundweg verwerfen. Wie weit das Sortiment hier die Grenzen seiner Kreise bis an das Gebiet jener Wiederverkäufer ziehen will, die heute als »Auchbuchhändler« bezeichnet werden, ist seine Sache. Dem Verlag wird im allgemeinen an möglichst vielen Vertriebsstellen gelegen sein können, solange der neue Brauch, Kommissionssendungen bis aufs Äußerste einzuschränken, sich behaupten läßt. Naturgemäß wird niemand vom Verlag verlangen, für alle Bezüge einer jeden Handlung nun einheitlich hohe, durchaus auskömmliche Rabatte zu gewähren. Aber ein Rabatt, der alle